

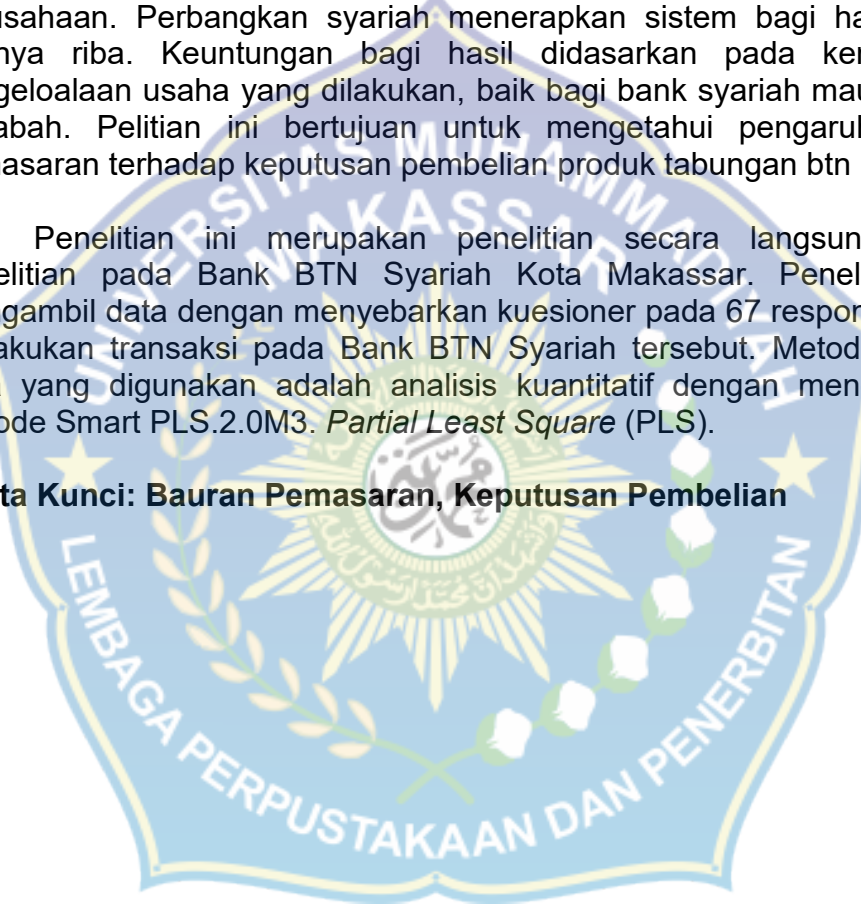
ABSTRAK

Amelisa. 10525025415. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan BTN Batara iB (studi kasus Bank BTN Syariah Kota Makassar)” Dibimbing oleh Muchlis Mappangaja dan Hasanuddin

Strategi pemasaran produk perbankan syariah adalah salah satu kunci untuk mengembangkan bisnis syariah untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi baik didalam maupun diluar lingkungan perusahaan. Perbankan syariah menerapkan sistem bagi hasil tanpa adanya riba. Keuntungan bagi hasil didasarkan pada kemampuan pengelolaan usaha yang dilakukan, baik bagi bank syariah maupun bagi nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk tabungan btn batara iB.

Penelitian ini merupakan penelitian secara langsung, lokasi penelitian pada Bank BTN Syariah Kota Makassar. Penelitian ini mengambil data dengan menyebarkan kuesioner pada 67 responden yang melakukan transaksi pada Bank BTN Syariah tersebut. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan metode Smart PLS.2.0M3. *Partial Least Square* (PLS).

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Amelisa. 10525025415. “An analysis of the effect of marketing mix to decision of product purchase for saving BTN batara iB (case study of Bank BTN Syariah makassar)” **guided by Muchlia Mappangaja and Hasanuddin**

The strategy of marketing syariah product is one of the key to develop syariah business for dealing with change all the situation. Syariah banking applied profit sharing system without usury. The profit share based on the capability of business management both bank and the customer. The purpose of the research is to know the effects of marketing mix decision of product purchase for saving BTN Batara iB.

This research is a direct research with BTN Syariah makassar as the location for this research. The data collection of this research is to share a questioner for 67 respondent whose making a transaction in the BTN Syariah Bank. The method of the data analyze is quantitative analysis tha using a smart method of PLS.2.0M3. *Partial Least Square* (PLS)

Keywords: the marketing mix, buying decision

